

## АСОРТИМЕНТ ПРОДУКЦІЇ ЯК ІНДИКАТОР ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### Анотація

*Наведено схему взаємозв'язку асортименту продукції з економічними показниками діяльності підприємства. Виявлено можливість використання асортименту продукції як індикатор рівня планування та управління виробництвом.*

*The correlation scheme of the range of products and the economic characteristics of the enterprise activity is given. The application possibility of the range of products as planning and managing indicator is revealed.*

### Ключеві слова

асортимент, управління, виробництво, оборотні кошти, основні фонди, трудові ресурси, попит

### Вступ

Необхідність планування номенклатури та асортименту продукції викликана тим, що споживачі потребують у кожний певний момент часу чітко визначені товари, і загальні показники обсягу виробництва недостатньо вправно характеризують роботу підприємства по задоволенню існуючих потреб споживачів. У даний час в економічній літературі немає однозначного підходу до визначення місця асортименту продукції у системі економічних показників діяльності підприємства.

Сучасні автори, наприклад Сергеев В. [9], Светлічна Г. [8], Малиш О.М [6], приділяють більшу увагу формуванню та управлінню асортиментом продукції, ніж аналізу підстав, які призводять до невиконання плану з асортименту продукції. Аналізу виконання плану з асортименту продукції присвячені роботи науковців 50 - 80 рр. ХХ ст. Дембинського М. В., Савицької Г. В. [10], Горенмана Л. В. [1], Когай А.В., Головцової А. М. [4], Кіпермана Г. Я. [3] та багатьох інших.

Актуальною проблемою залишається ідентифікації місця асортименту продукції у системі показників діяльності підприємства. На думку автора статті, доцільно розглядати асортимент продукції як індикатор ефективної роботи, бо саме асортимент продукції відображає якість планування та управління на підприємстві і дозволяє своєчасно виявити та виправити недоліки як у організації виробничого процесу, що пов'язані з неефективним

використанням виробничих фондів, трудових ресурсів, так і у вивченні потреб споживачів у напрямках визначення кількості потрібної продукції з бажаними параметрами, а також з'ясування платоспроможності споживачів продукції підприємства

### **Постановка задачі**

Проведений аналіз літератури [1 - 10] дозволив автору статті визначити мету дослідження – виявити взаємозв'язок асортименту продукції і економічних показників діяльності підприємства та висвітлити роль асортименту продукції у діяльності підприємства.

Для досягнення цієї мети потрібно визначити задачі аналізу виконання плану з асортименту продукції, проаналізувати причини невиконання плану, обрати методику проведення аналізу та вивчення впливу змін у асортименті продукції на обсяги виробництва та реалізації.

### **Методологія**

Економічні показники діяльності підприємства вивчалися за допомогою методу аналізу і синтезу, що дозволив визначити місце груп показників у схемі взаємозв'язку. Аналіз виконання плану з асортименту продукції здійснювався методом "найменших чисел". Вплив змін у асортименті продукції на обсяги виробництва та реалізації визначався "сальдовим методом".

### **Результати дослідження**

Задачі аналізу виконання плану з асортименту продукції найбільш повно розкриті у роботі Дембинського М. В. та Савицької Г. В. [10]. Згідно [10, с. 75] задачами аналізу виконання плану з асортименту продукції є:

- а) розрахунок рівня виконання плану продукції з асортименту;
- б) попередження перевиконання плану з випуску продукції, яка має обмежений збут та тієї, яка знята з виробництва;
- в) контроль виконання планових завдань за випуском товарів, вузлів, деталей та комплектуючих виробів до них;
- г) виявлення можливостей розширення виробництва товарів, попит на які цілком не задоволений.

Стосовно питання методики здійснювання аналізу всі вище перелічені автори підтримують точку зору, згідно якої необхідно застосовувати метод "найменших чисел". Цей метод полягає в тому, що в показник виконання плану з асортименту зараховується фактичний випуск продукції, але не більш, ніж передбачено за планом. План з асортименту продукції вважається таким, який виконано, за умови його виконання за всіма видами виробів. При цьому надплановий випуск продукції до уваги не приймається, та вартість тих видів виробів, які не були передбачені за планом, до виконання плану з асортименту не зараховується. Отже, відсоток виконання плану з асортименту не може

бути більшим за сто відсотків. Якщо план не виконано хоча б за одним видом продукції, він завжди буде меншим за сто відсотків [1, с. 126].

Щодо взаємозв'язку асортименту продукції та економічних показників діяльності підприємства автором статті виявлено недостатньо повне висвітлення впливу окремих факторів на асортимент продукції. Наприклад, Горенман Л. В., вичерпно виклавши методику розрахунку впливу асортименту продукції на обсяг виробництва, лише переліковує підстави невиконання плану з асортименту продукції [1, с. 125]. Автор розрізняє такі підстави невиконання плану з асортименту продукції:

а) незабезпеченість підприємства ресурсами у наслідок невиконання договорів постачальниками, перевитрата матеріалів;

б) недостатня забезпеченість працівниками, неефективне використання їх робочої сили;

в) невиконання плану з впровадження у дію потужностей, незадовільне використання устаткування;

г) недоліки у плануванні та управлінні виробництвом;

д) зміна попиту споживачів.

З точки зору автора статті, необхідно на базі вище наведених підстав провести групування факторів, які впливають на асортимент продукції. Причому незабезпеченість підприємства ресурсами, перевитрата матеріалів, недостатня забезпеченість працівниками та неефективне використання їх робочої сили, невиконання плану з впровадження у дію потужностей, незадовільне використання устаткування доцільно розглядати як випадки недоліків у плануванні та управлінні виробництвом.

На мал.1 приведена схема взаємозв'язку асортименту продукції та економічних показників діяльності підприємства. На асортимент продукції впливають дві групи факторів, яким можна надати характеристику за допомогою показників планування та управління виробництвом, а також показників рівня попиту споживачів продукції. У свою чергу, показники, які характеризують рівень організації планування та управління на підприємстві мають три складові частини: показники використання оборотних коштів, показники використання основних фондів та показники використання трудових ресурсів. Група показників, яка характеризує попит споживачів розглядається як сукупність показників потреби у конкретних параметрах продукції, показників потреби у кількості продукції та показників платоспроможності споживачів.

Схема відображає системний підхід до проблеми виявлення взаємозв'язку між асортиментом продукції та економічними показниками діяльності підприємства та наочно показує як фактори, які впливають на виконання плану з асортименту продукції (вхідні стріли), так і показники, на які, у свою чергу, впливає асортимент продукції (вихідні стріли). Лінію зв'язку між обсягом виробництва та обсягом реалізації проведено пунктиром виходячи з того, що існує безпосередній зв'язок між показниками, але за

сучасних умов господарювання саме обсяг реалізації, а не обсяг виробництва забезпечує бажаний рівень прибутку. Цей підхід базується на застосуванні на підприємстві концепції маркетингу.

Більш детально визначити вплив змін у асортименті продукції на результати діяльності підприємства допомагають методики, які запропоновані у роботах [1], [4]. Збільшення (зменшення) обсягів виробництва продукції за рахунок зрушень у асортименті продукції розраховується за формулою

$$\Delta V = V_{\text{ф}} (C_{\text{сф}} - C_{\text{спл}}), \quad (1)$$

де  $\Delta V$  - збільшення (зменшення) обсягів виробництва продукції за рахунок зрушень у асортименті продукції;

$V_{\text{ф}}$  - фактичний випуск продукції;

$C_{\text{сф}}$  - фактична середня ціна одиниці продукції;

$C_{\text{спл}}$  - середня ціна одиниці продукції за планом.

Зміни у асортименті продукції, яка реалізована, в підсумку впливають на розмір фактичного прибутку від реалізації. На практиці, особливо на підприємствах з великою номенклатурою виробів, вплив цього фактору визначають за "сальдовим методом". Метод передбачає розрахунок впливу змін у асортименті продукції за формулою

$$\Delta P_{\text{ас}} = \Delta P - (\Delta P_{\text{рп}} + \Delta P_{\text{сп}} + \Delta P_{\text{пв}} + \Delta P_{\text{оц}}), \quad (2)$$

де  $\Delta P_{\text{ас}}$  - вплив змін у асортименті продукції на прибуток від реалізації продукції;

$\Delta P$  - загальне відхилення фактичного прибутку від запланованого;

$\Delta P_{\text{рп}}$  - вплив змін у обсязі реалізованої продукції на прибуток від реалізації продукції;

$\Delta P_{\text{сп}}$  - вплив змін у собівартості продукції на прибуток від реалізації продукції;

$\Delta P_{\text{пв}}$  - вплив змін у позавиробничих витратах на прибуток від реалізації продукції;

$\Delta P_{\text{оц}}$  - вплив змін у оптових цінах продукції на прибуток від реалізації продукції.

Провести розрахунок впливу змін у асортименті на прибуток від реалізації продукції можна також за допомогою формули

$$\Delta P_{\text{ас}} = C_1 - C_2, \quad (3)$$

де  $C_1$  - собівартість реалізованої продукції за планом, яку перераховано на фактичний обсяг реалізації;

$C_2$  - фактична собівартість реалізованої продукції.

Значення  $C_1$  визначається за формулою

$$C_1 = C_{\text{пл}} \cdot \alpha, \quad (4)$$

де  $C_{пл}$  - показник собівартості реалізованої продукції за планом;  
 $\alpha$  - відсоток виконання плану реалізованої продукції у оптових цінах підприємства.

Слід зазначити, що зміни у прибутку від реалізації за наявності змін у асортименті продукції простіше визначати за формулою (3), але використання у розрахунках формули (2) забезпечує більший рівень інформативності та дозволяє провести ранжирування факторів, які впливають на прибуток від реалізації продукції.

Розглянемо більш детально вплив наведених у схемі груп показників на асортимент продукції за умов науково-технічного прогресу. З показників використання оборотних коштів на асортимент продукції у більшій ступені впливають ті, які підлягають нормуванню (запаси сировини, матеріалів, палива). Слід зазначити, що НТП та передові форми організації виробництва є головними чинниками, які впливають на ефективність застосування оборотних коштів. Механізація та автоматизація технологічних процесів, створення більш прогресивної технології та використання нових матеріалів забезпечують зменшення питомої витрати сировини, основних матеріалів та тих напівфабрикатів, які закуповуються.

Щодо показників використання основних фондів, то на виконання плану з асортименту продукції безпосередньо впливають фонди активної частини, тобто ті, які прямим чином приймають участь у перетворенні предметів праці на готову продукцію. З розвитком прогресивних форм організації виробництва на базі прогресивної техніки та технології зменшується питома вага основних фондів, які вкладені у будівлі та споруди (за рахунок більш раціонального їх використання), збільшується питома вага машин та устаткування.

НТП дозволяє поліпшити стан використання трудових ресурсів на підприємстві за допомогою збільшення прогресивності устаткування (модернізація устаткування, збільшення рівня механізації та автоматизації виробничих процесів), технології виробництва (методи обробки, рівень технологічної оснащеності виробництва), рівня технологічності конструкцій виробів (уніфікація виробів, ступінь складності компанування виробів), прогресивної організації виробництва (рівень внутрішньозаводської спеціалізації, рівень організації матеріально-технічного постачання, рівень організації заробітної плати), впровадження наукової організації праці (раціональні методи та прийоми праці, планування робочих місць), удосконаленню систем управління виробництвом (впровадження ефективних систем управління).

Новітні розробки у сфері вивчення потреб споживачів дозволяють більш ефективно виявити та обґрунтувати показники потреби у конкретних параметрах продукції, показники потреби у кількості продукції та показники платоспроможності споживачів. У підсумку слід зазначити, що НТП значною мірою впливає на організацію та управління виробництвом, тому задачою

керівництва підприємства є своєчасне впровадження досягнень НТП у виробничий процес.

## **Висновки**

Власною розробкою автора статті є запропонована схема взаємозв'язку асортименту продукції з економічними показниками діяльності підприємства, яка дозволяє розглядати виконання плану з асортименту продукції як індикатор ефективної роботи підприємства у сфері організації виробництва, вивчення потреб споживачів, а також як один з вагомих факторів, які впливають на рівень прибутку підприємства. Повним запозиченням є формулювання задач аналізу виконання плану з асортименту продукції, використання методу "найменших чисел" для визначення відсотку виконання плану з асортименту продукції, а також застосування "сальдового методу" з метою вивчення впливу змін у асортименті продукції на рівень прибутку підприємства. Результати проведеного дослідження надають підприємству можливість своєчасно виявити недоліки у діяльності та визначити основні напрямки удосконалення систем організації та планування виробництва. В цьому напрямку перспективною є розробка рекомендацій щодо дій керівництва підприємства за умов незадовільного стану окремих показників, які автором статті зведені у схему взаємозв'язку асортименту продукції та економічних показників діяльності підприємства.

**Література:** 1. Горенман Л. В. Экономика и анализ эффективности промышленного производства. – Алма-Ата: Мектеп, 1983.– 176 с. 2. Ермолович Г. Я. Анализ эффективности хозяйственной деятельности промышленных предприятий. – Мн.: Высшая школа, 1979.– 272 с. 3. Киперман Г. Я. Экономические показатели промышленных предприятий и объединений. – М: Статистика, 1974.– 287 с. 4. Когай А. В., Головцова А. Н. Экономический анализ хозяйственной деятельности промышленных предприятий. – М: Мысль, 1965.– 150 с. 5. Лебедев А. А. Показатели работы промышленного предприятия. – М: Статистика, 1973.– 96 с. 6. Малиш О. М. Аналіз попиту й оптимізація товарно-цінових рішень підприємства// Маркетинг в Україні. – 2002.– № 5.– с. 43 - 47. 7. Никифоров А. Ф. Основные экономические показатели работы промышленного предприятия. – Ленинград: Общ-во по распространению политич. и научных знаний РСФСР, 1957.– 48 с. 8. Светличная Г. Как разглядеть ходовой товар. Секреты формирования ассортиментного ряда.// Маркетолог. – 2002.–№ 1(27).– с. 19 - 23. 9. Сергеев В. Стратегическое бизнес-планирование развития производства (на примере трубных предприятий).// Экономика Украины. – 2001.– № 3.– с. 21 - 31. 10. Экономический анализ деятельности предприятий/Дембинский М. В., Савицкая Г. В. (Под ред. Дембинского М. В.). – Мн: Высшая школа, 1981.– 381 с.